

## Médias et crédibilité des sources d'information, régulation de la presse

### Intervenants

**JEAN-LUC GERARD**

**GEORGE GENDELMAN**

**DANIÈLE NOCHER**

**JEAN-LUC MARTIN-LAGARDETTE**

### Expérience des raisins secs de Turquie : qu'est-ce que l'information ?

**JEAN-LUC GERARD** : *Consultant, animateur de l'atelier.* Expérience... Je vous propose de mener une expérience pour répondre à la question : « qu'est-ce que l'information ? »



**JEAN-LUC GERARD**  
CONSULTANT,  
ANIMATEUR DE L'ATELIER

Chaque personne prend deux raisins secs. Prenez le premier et observez-le (sa taille, sa couleur, ses reflets...), puis sentez-le (amer, sucré...); ensuite, fermez les yeux et placez-le près de votre oreille pour entendre les petits bruits ou les craquements; touchez-le (aspérités, consistance, malléabilité...). Enfin, mettez-le en bouche et pensez à son origine : quelque part en Turquie, la pluie et les minéraux montés dans la vigne ont permis de constituer ce petit morceau de nourriture; des personnes les ont cueillis, d'autres transportés, emballés, conduits par bateaux ou par train, amenés dans les supermarchés. Mâchez-le lentement, sentez l'aspect sucré, pensez au soleil, au sol de Turquie dans votre estomac : c'est de la globalisation et de l'information.

Mangez maintenant le deuxième raisin comme vous le faites tous les jours. Le premier raisin ne vous semble-t-il pas meilleur? C'est celui qui représente le développement durable. Même dans les plus petites choses, on peut trouver une multitude d'informations si l'on sait y voir les interconnexions. Ce simple petit raisin réunit le travail des écosystèmes et celui des hommes, il représente un résumé des interconnexions dans l'univers et nous montre qu'il faut prendre du temps pour saisir dans leur totalité et interdépendances les informations qu'un « objet d'étude » transporte. Chose particulièrement complexe, quand il s'agit d'objets commerciaux. Dans un monde globalisé où 2'000 fournisseurs sont impli-

“ qu'est-ce que l'information ? ”

qués dans la fabrication d'une voiture et ou un Jean Tex fait 27'200 Km avant d'arriver chez Carrefour, ceci 71 jours après la récolte du coton au Pakistan en étant passé par l'Inde, le Bangladesh, la Corée du Sud et Singapour (Des pays ou les standards du DD sont ne sont pas les plus développés). La traçabilité du produit devient un élément majeur de l'information sur l'objet mis sur le marché.

### Projections sur le journalisme et le développement durable

Au cours de notre expérience de départ, les informations négatives n'ont pas été émises (par exemple, y avait-il des pesticides, des engrais, du travail des enfants en jeu dans la production de ces raisins secs?). Un journaliste rencontre les mêmes obstacles

“ Au cours de notre expérience de départ, les informations négatives n'ont pas été émises

que vous pour obtenir une information. Les informations qu'il reçoit sont fragmentées, partielles, il doit les « ordonner ». De plus notre système de perception et de pensée, c'est-à-dire la réalité perçue par chacun au travers de ses filtres (sensoriels, socioculturels), est soumis à des parasitages. (Enlever du texte : soi-même est

ainsi remis en cause. Enfin fait nouveau et éminemment actuel, cette perception partielle et changeante, du fait des phénomènes de démultiplication et dispersion géographique de la source, rend le travail du journaliste très complexe et beaucoup plus gourmand en capital temps. Si une ONG accuse une entreprise de comportement irresponsable dans une région très éloignée et où la fiabilité de l'information est faible (par exemple la chine, ou un pays sous régime dictatorial) et que celle-ci cherche à montrer patte blanche par le biais de codes de conduites et d'audits locaux, laquelle des sources va aux yeux du journaliste l'emporter en termes de crédibilité ? Dans un contexte de globalisation, les données fournies à l'opinion publique deviennent extrêmement difficiles à vérifier et les enjeux commerciaux de l'image de marque (Shell, Nike, Nestlé...) sont de plus en plus importants. Alors quels faits croire, qui croire et ne pas croire, comment estimer la fiabilité des vérificateurs (auditeurs, experts, témoins...)? Avant de débattre avec le public sur ce sujet, nous allons donner la parole à nos trois intervenants, à savoir dans l'ordre chronologique, George Gendelman, Danièle Nocher et Jean-Luc Martin-Lagardette

“ Alors quels faits croire, qui croire et ne pas croire, comment estimer la fiabilité des vérificateurs

## La syndication

**GEORGE GENDELMAN** : *International Press Syndicate*. La syndication permet de donner plusieurs vies à un même article grâce à la revente d'un article déjà publié à d'autres publications à l'international. Elle donne ainsi accès à une information ordinairement inaccessible et donc à d'excellents articles publiés dans d'autres pays. Le fait que l'article ait déjà été publié le rend un peu plus crédible car déjà commenté et éprouvé.

“ La syndication permet de donner plusieurs vies à un même article

Le deuxième intérêt de la syndication est son coût : elle coûte beaucoup moins cher que l'envoi d'un journaliste sur le terrain. Le coût reste en effet un problème majeur pour la presse en France : la crédibilité d'un article dépend de son coût, des moyens donnés au journaliste pour l'écrire.



GEORGE GENDELMAN  
INTERNATIONAL PRESS SYNDICATE

Les grands groupes de presse sont rachetés par des industriels adeptes du « cost-killing ». Or, un journal doit acquérir sa reconnaissance par la qualité de ses publications et non par l'intensité de la réduction des coûts. Le journaliste dispose de moins en moins de moyens pour travailler. Le mélange des genres est dommageable pour la crédibilité des journaux. Dans les pays anglo-saxons par exemple, les groupes de presse appartiennent encore à des personnes qui n'ont d'autres activités que celle de média, du monde des médias, qui appliquent la « philosophie média » et continuent à octroyer des moyens aux journalistes. Ce faisant, ces groupes privilégient la crédibilité de leurs articles, et sont moins exposés aux critiques d'autocensures provoquées par des activités industrielles annexes.

“ un journal doit acquérir sa reconnaissance par la qualité de ses publications et non par l'intensité de la réduction des coûts

## Crédibilité, civilisation et responsabilité

**DANIÈLE NOCHER** : *Valeurs Vertes*. Le thème de la communication pour le développement durable met à jour les enjeux du développement durable mais aussi ceux de la crédibilité des sources. En lisant *Les Nouveaux Pouvoirs* d'Alvin Toffler, j'ai réalisé qu'il s'agissait tout simplement d'un enjeu de civilisation. Le choc du futur prédisait déjà la future solitude des individus, caractéristique de notre civilisation.



DANIÈLE NOCHER  
VALEURS VERTES

Les exigences de rentabilité extrêmes peuvent aboutir à la production de produits défectueux. La masse d'informations à notre portée ne nous permet plus de hiérarchiser les informations et comporte le risque de véhiculer des messages tronqués.

Lors de la crise de la grippe aviaire, des réunions avaient été organisées pour se préparer à cette calamité. Certains imaginaient par exemple que les trois quarts des cadres supérieurs des sociétés ne pourraient plus travailler. Si les journalistes avaient relayé ce genre d'information, les conséquences auraient été désastreuses (panique, peur...).

Pour crédibiliser leurs sources, les journalistes doivent créer des réseaux – surtout avec des personnes fiables : scientifiques, experts indépendants – leur permettant de recouper et de vérifier les informations.

“ Pour crédibiliser leurs sources, les journalistes doivent créer des réseaux - leur permettant de recouper et de vérifier les informations

**JEAN-LUC GERARD** : Dans le cas de la grippe aviaire, les informations reposaient sur une probabilité d'événements dans un système complexe avec une composante de pronostic : ce type d'information est très difficile à vérifier. La responsabilité du journaliste est aussi de ne pas provoquer la peur.

## Information recherchée, information reçue et communication

**JEAN-LUC MARTIN-LAGARDETTE** : *Journaliste*. Les grands fonds d'investissements s'emparent des médias. Je suis moi-même une victime de ce phénomène puisque mon journal a été racheté par une banque dont la première action a été de supprimer le poste de rédacteur en chef. J'ai voulu cependant rester pigiste pour mettre en application les valeurs du métier auxquelles je crois encore. Les critères d'une bonne information Une bonne information est une information recherchée, et a généralement plus de valeur qu'une informa-



JEAN-LUC  
MARTIN-LAGARDETTE  
JOURNALISTE

tion reçue. L'information intéressante donnant du pouvoir, la rétention de l'info est plutôt la règle.

Par exemple, ainsi, même si obtenir un renseignement sur un secret industriel (ou militaire) coûte très cher, le prix est accepté puisque l'on sait que l'information est précieuse. À l'inverse, une information reçue, comme celle des journaux gratuits ou des prospectus, est une information livrée sans demande donc moins valorisée. La différence entre l'information de presse et la communication. L'information de presse dérange alors que la communication ou la propagande arrange. Anna Politkovskaya<sup>1</sup> disait « Informer c'est toujours d'une certaine façon déclarer la guerre à quelqu'un ou à quelque chose ».

Un journaliste est chargé au nom du public d'expliquer d'investiguer le monde et d'en montrer la complexité et les dysfonctionnements. Pour cela, chacun doit accepter d'être critiqué. En effet, une véritable information journalistique n'est possible que dans une société responsable qui recherche la vérité et est prête à l'accepter, y compris sur elle-même. Cela nécessite une prise de conscience et un souci de responsabilité citoyenne. C'est la démarche logique d'une société d'information. Nous sommes tous dans le même bateau et il est dans notre intérêt de ne pas se nous cacher les choses.

“ L'information de presse dérange alors que la communication ou la propagande arrange

“ Une bonne information est une information recherchée, et a généralement plus de valeur qu'une information reçue

## Échanges avec la salle

**JEAN-LUC GERARD** : À propos de la société de l'information, il faut noter sans parler de la qualité de l'info, que concernant la quantité nous faisons face aujourd'hui à deux extrêmes. Un exemple pour illustrer ce propos : Quelle est la différence entre le système informationnel d'un pays capitaliste (USA) et communiste (Chine) ? En Chine, l'information est comme celle d'une oasis, rare et géographiquement bien circonscrite pour ne pas dire entourée de barbelés. Aux USA l'information c'est comme les chutes du Niagara, elle est disponible en quantité incommensurable, libre d'accès à tous, et brute, c'est-à-dire sans lien sans hiérarchie sans contextualisation. Comme la pub à la télé. Alors le téléspectateur, recherchant la distraction, est-il une victime ?

**DOMINIQUE MARTIN-FERRARI** : *Gaïa Network*. Je crois en la coresponsabilité du journaliste et du spectateur. Il existe aujourd'hui des chaînes d'excellente qualité, certaines sont destinées à distraire, d'autres à éduquer ou encore à écouter de la musique ; elles correspondent aux goûts de chacun. Cette variété de choix est importante en télévision (elle existe déjà en presse écrite). Cependant, cette variété nécessite une éducation à la télévision pour faire connaître les choix.

“ Je crois en la coresponsabilité du journaliste et du spectateur

La syndication n'est pas seulement un échange de programmes. Elle peut paraître négative comme dans le cas de la revente de papiers, mais pour les médias aux moyens insuffisants, elle représente aussi un échange de savoir-faire réfléchi et assumé pour éviter de réécrire des articles sur des sujets déjà balayés. La syndication fait évidemment appel à une coresponsabilité de la part du journaliste.

<sup>1</sup> Journaliste d'investigation russe connue pour son opposition à la politique du président Poutine et assassinée le 7 octobre 2006

**GEORGE GENDELMAN** : Je n'ai pas émis d'avis négatif sur la syndication, au contraire. Elle sert à trouver un équilibre pour pallier le manque de moyens.

**DAVID MICHAUD** : *Journaliste VSD*. Le développement durable semble ne pas avoir sa place dans l'entertainment... Pourtant, il n'est pas interdit de l'aborder de façon séduisante. Il est parfaitement possible d'emmener le lecteur très loin dans la réflexion avec des informations très sérieuses et les journalistes doivent composer avec cette réalité.

**JEAN-LUC GERARD** : suivi une formation sur le développement durable ?

**DAVID MICHAUD** : J'ai travaillé dans la presse spécialisée scientifique, mais je n'ai pas suivi de formation spécialisée sur le développement durable. Certains pensent qu'il faut juste-ment être novice pour assimiler l'information et mieux l'expliquer.

**DANIÈLE NOCHER** : Le développement durable n'est pas une science, personne n'en détient la vérité. L'axe primordial est en effet l'émotion commune.

“ L'axe primordial est en effet l'émotion commune ”

**JOËL DE MONTALIER** : *Ecotic*. Pour aborder le problème de la crédibilité, il faut se préoccuper de ce qui parasite les sources d'information. Wikipédia par exemple a été victime de son propre système : à l'issue du débat qui a opposé les deux derniers candidats à la présidence de la République sur l'énergie, le contenu de Wikipédia a été successivement modifié par des supporters politiques en faveur de l'un ou l'autre des candidats. Wikipédia est pourtant reconnue en terme de méthode, les journalistes s'en servent comme source...

**DAVID MICHAUD** : Wikipédia n'est pas considéré comme une source fiable, au contraire, elle est contestée dans le monde entier.

**JOËL DE MONTALIER** : Les journalistes consultent toutefois cette source, et certaines informations doivent être contre vérifiées : les parasites des sources de l'information elles-mêmes impliquent une remise en cause constante de leur crédibilité.

**VICTOR-HUGO ESPINOSA** : *Ecoforum*. Nous sommes dans un système de presse dans laquelle les opinions doivent être noires ou blanches, pour ou contre...

Les politiques, par le biais d'annonces (ANPE, métropoles, conseils généraux, conseils régionaux...) contribuent inconsciemment à financer la presse, ce qui leur attribue de facto un pouvoir : il s'agit bien d'une dépendance économique.

Ensuite, les journalistes appellent les experts appropriés pour vérifier l'information, mais une grande partie des experts a peur de parler.

Enfin, Internet apporte la possibilité aux initiatives peu relayées par les médias traditionnels d'être diffusées avec succès dans le monde entier (« Une minute pour l'environnement<sup>2</sup> »).

**DOMINIQUE MEGARD** : *Cap'Com*. Le comité de pilotage de Cap'Com a cherché à identifier les conditions permettant d'instaurer une crédibilité ainsi que les solutions pour la réhabiliter. Or, réfléchir à la question dans ce sens est très difficile ; nous devrions plutôt poser le problème en posant la question suivante : quelles sont les conditions qui permettront à un journaliste d'être crédible ?

“ En émettant de l'information, le journaliste doit considérer le récepteur comme un individu intelligent ”

La recherche de divertissement de la part du public a été critiquée mais dans une démarche de développement durable et de l'information, chacun mérite le respect, même

<sup>2</sup> Consultation mise en ligne par Ecoforum et WWF-France à l'occasion du Grenelle de l'environnement dans le but de déterminer l'ordre des urgences environnementales en France.

les personnes en recherche de divertissement. En émettant de l'information, le journaliste doit considérer le récepteur comme un individu intelligent.

Ayant été longtemps journaliste, je voudrais, sans tomber dans la culpabilisation ou l'autocritique, poser la question suivante : « le journaliste est-il porteur de vérité? »

**JEAN POULY** : *Ville de Lyon*. Depuis la généralisation d'Internet, nous connaissons un changement de paradigme notamment pour les journalistes. En effet, après les journalistes d'investigation, nous devrions également parler de « lecteur d'investigation », le lecteur lui-même devant chercher à s'informer et à recouper ses sources. C'est le travail qui revenait auparavant aux journalistes. Sans porter de jugement sur ce phénomène, il montre que nous sommes tous contraints de devenir responsables.

Par ailleurs, « l'impression générale » prévaut sur l'information, alors qu'elle ne traduit pas forcément la réalité. La politique surfe d'ailleurs beaucoup aujourd'hui sur cette « impression générale ».

**BRUNO DAVID** : *Communication sans frontières*. Nous nous trompons de débat ; nous devons perdre notre naïveté ! La détention des médias par les entreprises mondiales est connue depuis longtemps.

“ L'information, c'est l'intelligence : grâce au choix immense en matière d'information chacun peut choisir de consommer ou non une information

Quel type d'information souhaitons-nous ? L'information, c'est l'intelligence : grâce au choix immense en matière d'information, chacun peut choisir de consommer ou non une information. En effet, nous n'avons jamais été aussi informés qu'aujourd'hui.

Ce qui est compliqué, c'est de trouver de l'information de qualité. Les médias étant financés par la publicité, le journaliste peut difficilement critiquer l'entreprise qui l'embauche.

Le sujet d'aujourd'hui est de définir la manière dont les médias parleront du développement durable, et la manière dont les médias appliquent à eux-mêmes le développement durable.

**JEAN-LUC GERARD** : Le thème de l'atelier est la crédibilité des sources : le journaliste peut-il vérifier l'information de ses sources ?

**JEAN-CHARLES LARDIC**, *mairie de Marseille*. L'information parvenant au lecteur est une information juste qui a pu être publiée. Quelle est votre impression de journalistes sur l'évolution entre les médias et les régies publicitaires, et donc sur le pouvoir des annonceurs ces dernières années ?



**DOMINIQUE MARTIN-FERRARI** : La crédibilité – tout comme l'objectivité – n'existe pas vraiment, elle est en lien avec les attentes de chacun. Nous sommes maintenant suffisamment informés pour nous interroger sur l'information que nous recevons. Le problème est que chacun va chercher l'information la plus crédible dans le domaine auquel il croit, qui sera en réalité une information qui ira dans son sens.

**JEAN-LUC GERARD** : Tu parles de la crédibilité du lecteur vis-à-vis de l'information...

**DOMINIQUE MARTIN-FERRARI** : Non ! Le lecteur des Echos accorde à son journal une crédibilité en fonction de ses propres critères.

Heureusement, nous vivons dans une société où la multiplicité d'informations nous permet de nous forger notre propre opinion. Les domaines spécifiques de chaque média permettent à chacun de trouver l'information qui l'intéresse.

**JEAN-LUC GERARD** : Même si, en tant que lecteur, je cherche des médias qui me paraissent crédibles, il n'en reste pas moins que le journaliste se doit déontologiquement parlant, de s'assurer de la crédibilité de ses différentes sources, car il va mettre une information dans le domaine public. Dans l'affaire Mattel par exemple, d'un côté le journaliste déclare avoir mené une étude montrant que les poupées Mattel sont fabriquées dans des conditions déplorables ; de l'autre côté, l'entreprise Mattel affirme mener un processus de fabrication standard soumis à des audits et des vérifications d'experts. Le journaliste peut alors se poser des questions sur sa crédibilité...

**DANIÈLE NOCHER** : Certaines informations sont polémiques et – lorsqu'elles sortent – suscitent d'autres investigations pour la vérifier. Lorsque je détiens une information de ce type, qui peut représenter un risque par rapport à mes annonceurs, je la place dans des pages spécifiées « polémiques ». Une information moins risquée sortira sous des pages « A source sûre ». Quand une information doit sortir, il existe toujours un moyen de la faire sortir.

“ Quand une information doit sortir, il existe toujours un moyen de la faire sortir.

**JEAN-LUC MARTIN-LAGARDETTE** : Ces questions sont fondamentales pour notre métier. Le journaliste joue un rôle spécifique dans la société (à moins que tous les citoyens deviennent journalistes en surfant sur le Web...), il représente les yeux que le public ne peut pas avoir, il est le contrepouvoir.

**BRUNO DAVID** : Le Bild offre des cartes de presse à ses lecteurs... Voilà qui en dit long sur la valeur attribuée au statut de « journaliste » !

**JEAN-LUC MARTIN-LAGARDETTE** : La confiance attribuée au journaliste et la crédibilité de ses informations sont liées à la crédibilité de ses sources. Le rôle du journaliste est d'être les yeux et les oreilles du public et d'interpeller le pouvoir.

Le journaliste peut présenter les garanties de son objectivité, contrairement à ce qu'affirme nombre de mes confrères qui n'aiment pas ce mot. Jean Piaget<sup>3</sup> parlait d'une objectivité adossée impérativement à la conscience de s'exposer au repérage de ses propres illusions, en recueillant les critiques des autres, c'est-à-dire qu'un journaliste n'est crédible que s'il accepte d'être contredit.

“ L'information accessible sur Internet ou délivrée par les ONG a un impact mineur par rapport à l'information publiée dans la presse générale

L'information accessible sur Internet ou délivrée par les ONG a un impact mineur par rapport à l'information publiée dans la presse générale (grands quotidiens, journaux télévisés...). Le journaliste a donc encore son rôle à tenir dans la société.

<sup>3</sup> Psychologue et biologiste suisse (1896-1980) connu pour ses travaux en psychologie du développement et en épistémologie



Une des solutions pour réhabiliter la crédibilité serait de créer des instances de régulation pour contraindre les journalistes à rendre compte de leur travail, par exemple avec un conseil de presse qui émettrait des avis sur ce travail.

**ERIC GUILLON**, *Président du Comité 21*. La crédibilité repose beaucoup sur la signature des articles. C'est un indicateur de crédibilité qui se construit avec le temps, la confiance s'installe peu à peu entre le journaliste et son lecteur. Aujourd'hui, trop de lecteurs lisent des articles de fond sans regarder qui les signent.

**GEORGE GENDELMAN** : Ce n'est pas toujours le cas : *The Economist* est un journal qui bénéficie d'une réputation internationale en terme de crédibilité auprès des lecteurs comme des professionnels, pourtant, aucun article n'y est signé.

**JEAN-LUC MARTIN-LAGARDETTE** : Pierre Villançon Compté – grand éditorialiste du Monde, – mon maître à penser dans le métier – était un des rares journalistes capable d'écrire le contraire de ce qu'il avait écrit la veille, si un lecteur l'avait entre-temps contredit à juste titre.

**JOËL DE MONTALIER** : Le métier de journaliste regroupe plusieurs missions : rapporter des informations brutes, les analyser puis diffuser une opinion.

La signature apporte une crédibilité liée à la reconnaissance de la personne dans le temps. Lorsque nous allons à la rencontre de l'information pour nous faire notre propre opinion, nous n'avons pas accès à de l'information brute. Nous mettons en doute l'information rapportée par la presse et sa crédibilité alors que nous accordons d'office toute crédibilité à l'information délivrée par les ONG...

**DE LA SALLE** : Je ne retrouve pas dans la presse une véritable information « développement durable », je ne m'y reconnais pas. Les journalistes oublient l'existence des 3 piliers du développement durable et se focalisent sur l'écologie en suscitant la peur du grand public. Cette lacune les décrédibilise...

**FRÉDÉRIQUE WESTHOFF** : Je vous recommande le dernier livre d'Al Gore, *The Assault on Reason*, qui aborde notamment le mea culpa de la presse américaine pour ne pas avoir rempli son rôle face à l'administration Bush. J'essaie de trouver des journalistes spéciali-

sés en développement durable dans la grande presse mais je n'en trouve pas ! Pour combler ces lacunes, il est important de recommencer à former les journalistes.

“ Pour combler ces lacunes, il est important de recommencer à former les journalistes

**FRANCINE BUCHI**, *Rédactrice en chef à TF1*. Les

voyages de presse se multiplient qui emmènent les journalistes en groupe aux quatre coins de la planète. Ils reçoivent tous la même information et écrivent le même papier ! Je ne dis pas que ces voyages sont complètement négatifs, mais ils représentent également une source d'information sur laquelle nous pouvons nous interroger. Quelle est la qualité de cette investigation ?

**JEAN-LUC MARTIN-LAGARDETTE** : En écrivant son papier ou en abordant son sujet, le journaliste devrait déjà informer le public que ces sources proviennent d'un voyage de presse et mentionner l'ONG ayant financé le voyage.

**JEAN-LUC GERARD** : Avant les propositions concrètes pour le Grenelle de l'environnement, j'aimerais résumer notre discussion. Des points sont particulièrement ressortis :

- La concentration des sources d'information est négative pour leur crédibilité
- Le citoyen doit être responsabilisé face à l'information qu'il reçoit
- La sur- ou dés-information du fait de l'avalanche d'informations brutes, sans remise en contexte et à caractère éphémère sur les différents vecteurs médiatiques

Nous en sommes également venus au thème de la hiérarchisation de l'information dans les médias, une piste à développer pour l'année prochaine...

- En dernier lieu pour faire le lien avec les propositions pour le Grenelle de l'environnement, il est apparu que la formation des journalistes au DD constitue un objectif ou le potentiel d'amélioration est énorme. Ceci tant au niveau universitaire ou école de journalisme qu'à celui de la formation continue.

## Les propositions concrètes pour le Grenelle de l'environnement

**DOMINIQUE MARTIN-FERRARI** : Deux caractéristiques me gênent dans l'organisation du Grenelle de l'environnement.

- L'ensemble des débats est fermé à la presse. Les journalistes n'assisteront qu'à la conférence de presse où les propositions leur seront présentées brièvement. Malgré la présence de cinq collègues d'acteurs, la conclusion ne sera donc que politique. La complexité des sujets de développement durable liés au Grenelle réclamerait

“ **Aucun collègue « médias » ne sera représenté. Il est pourtant crucial de proposer une information tenant compte de la complexité du développement durable**

tant une présentation développée : le complexe ne peut pas s'exposer par une simple brève de l'AFP ou être résumé en une ligne de proposition !

- Aucun collègue « médias » ne sera représenté. Il est pourtant crucial de proposer une information tenant compte de la complexité du développement durable ; les journalistes devraient pouvoir revenir sur l'histoire et la culture de l'écologie. Nous ne pouvons pas faire de développement durable sans impliquer l'ensemble des peuples de la planète.

S'il ne ressort du Grenelle qu'une proposition sur un label ou une éco taxe, les débats seront un échec.

**JEAN-CHARLES LARDIC** : La presse devrait réserver obligatoirement de la place à la libre expression des opinions, pour que des avis contraires puissent contrebalancer les idées développées dans le reste du journal.

**JEAN-LUC MARTIN-LAGARDETTE** : Le droit de réponse aux propositions du Grenelle est attribué à gérer par un médiateur externe au journal (appartenant soit au groupe de presse soit à une instance mise en place par la profession).

**DE LA SALLE** : Je propose que les médias appliquent à eux-mêmes des plans de développement durable, c'est-à-dire que leur fonctionnement, leur organisation, respectent les critères du développement durable.

**JEAN-LUC MARTIN-LAGARDETTE** : Des normes de qualité internationales en matière de développement durable appliquées aux médias existent déjà (création par les Suisses) : ISO ISAS BC 9001 et ISO P 9001. Elles concernent l'application du développement durable à l'entreprise de presse.

**DE LA SALLE** : Si les médias commencent par se l'appliquer à eux-mêmes, ils seront plus impliqués dans le développement durable et le comprendront mieux. Ils pourront ainsi mieux l'expliquer au grand public.

**JEAN-CHARLES LARDIC** : En effet, ce comportement des médias peut permettre une rétroaction sur le comportement du public.

**HUGUES COCHARD** : *Alternative Chanel*. Alternative Chanel est assujéti à ces normes de

“ Alternative Chanel est assujéti à ces normes de qualité internationales qui s'appliquent aux médias notamment sur l'éthique, la qualité, la vérification des sources...”

qualité internationales qui s'appliquent aux médias notamment sur l'éthique, la qualité, la vérification des sources... Ce protocole doit être appliqué aux médias, mais n'est concrètement que très peu appliqué.

**VICTOR-HUGO ESPINOSA** : Puisque le Grenelle risque d'être un grand « cirque », à nous de créer un Grenelle alternatif !

Je retiens deux propositions de fond pour le Grenelle :

- Éviter la concentration des médias ; la crédibilité des médias dépend de l'existence de « petits médias » ; la concentration ou le cumul des médias est donc un danger pour la démocratie et pour leur crédibilité.
- L'indépendance de la presse (le pouvoir que confèrent les millions d'euros dépensés en publicité).

**JEAN-LUC GERARD** : Cette proposition rejoint celle relative au droit de réponse.

**JEAN-LUC MARTIN-LAGARDETTE** : Je vous invite à me contacter pour débattre de ces sujets car je fais partie d'un groupe de travail chargé de rénover la charte du journaliste.

**FRANCINE BUCHI** : Les journalistes ont besoin d'experts scientifiques indépendants pour les soutenir dans l'information qu'ils délivrent. Cependant, les experts parlent peu car ils craignent que leurs conclusions nuisent à l'un de leurs financeurs. Ils doivent pourtant être assurés de pouvoir s'exprimer en toute liberté et en toute indépendance.

**JEAN-LUC MARTIN-LAGARDETTE** : En effet, le développement d'une expertise scientifique indépendante est indispensable à la crédibilité du

“ Les journalistes ont besoin d'experts scientifiques indépendants pour les soutenir dans l'information qu'ils délivrent”

journaliste. L'expertise publique actuelle a trop peu de moyens pour contrebalancer les productions du privé.

**DOMINIQUE MARTIN-FERRARI** : La solution du recours aux experts entraîne d'autres problèmes car le journaliste, en choisissant tel ou tel expert, orientera forcément les conclusions qu'il obtiendra.

**DE LA SALLE** : *Ligue pour la protection des oiseaux - LPO*. La France est le seul pays qui ne possède pas d'agence indépendante scientifique. L'IFEN était le seul existant, mais il a été sabordé. Je propose donc la création d'une agence d'expertise indépendante.

**VICTOR-HUGO ESPINOSA** : La création d'une telle agence fait référence au droit à une contre-expertise.

**DOMINIQUE MARTIN-FERRARI** : En quoi l'agence d'expertise du Danemark est-elle indépendante ?

**DE LA SALLE** : Elle est indépendante sur tous les thèmes environnementaux ; elle évalue l'engagement du gouvernement, vérifie le respect des critères environnementaux... Ce type d'agence « donne le ton » pour les journalistes.

**BRUNO DAVID** : En France, seules 20 associations trustent les médias – nous nous battons d'ailleurs contre ce phénomène – et s'en emparent aujourd'hui et les manipulent.

Par exemple, Médecins sans frontières produit et diffuse ses propres images : est-ce de la publicité ou de l'information ?

**VICTOR-HUGO ESPINOSA** : Ne faisons pas de procès hâtif ! Laissons aux ONG le droit à l'erreur...

**DOMINIQUE MARTIN-FERRARI** : Les ONG sont également un recours précieux. J'ai par exemple travaillé sur le nucléaire pour France 5 ; puisqu'EDF a catégoriquement refusé de s'exprimer sur le sujet, ma seule source d'information a été Greenpeace. À partir du moment où les industriels refusent de parler aux journalistes indépendants, ces derniers ne peuvent plus faire leur travail. Dans ces cas-là, nous devons rester vigilants pour ne pas tomber dans un rôle d'attaché de presse de Greenpeace, même si nous recevons tous les jours une information très complète de leur part.

**BRUNO DAVID** : Voilà justement le travers que j'évoquais : nous ne devons pas devenir les attachés de presse des ONG. Or, certaines structures associatives manipulent clairement les médias. La relation entre les médias et les ONG doit-elle être encadrée ?

**JEAN-LUC GERARD** : Une différence de taille existe entre une ONG et une entreprise : l'ONG est à but non lucratif. On ne se situe donc plus du côté du consommateur.

**JOËL DE MONTALIER** : Je viens de passer 15 minutes dans l'atelier voisin : le discours qui y est tenu est que l'ONG est la référence en matière de crédibilité d'information. Sans s'écouter davantage, chacun va rejeter la responsabilité sur l'autre.

**DE LA SALLE** : Dans les pays de l'OCDE, les journalistes peuvent évaluer le développement durable selon 3 critères :

- La pérennité des politiques publiques ou privées dédiées au développement durable
- Le nombre de fonctionnaires qu'un pays consacre au développement durable
- Le taux d'implication des citoyens dans le débat démocratique sur l'environnement.

“ En France, seules 20 associations trustent les médias – nous nous battons d'ailleurs contre ce phénomène – et s'en emparent aujourd'hui et les manipulent ”



**DOMINIQUE MARTIN-FERRARI** : Ce dernier point est fondamental, il fait appel au rôle des médias qui doivent délivrer une information permanente, au-delà du Grenelle de l'environnement.

**JOËL DE MONTALIER** : Une série de menaces pèse sur nous à partir de ce que nous mangeons ou de ce que nous respirons... De nombreuses agences existent indépendamment dans chaque domaine (alimentaire, santé, pharmacie...) mais aucune coordination intelligente de l'ensemble de ces agences n'est prévue. Il faut créer un outil de gouvernance environnementale globale. La transversalité est vraiment malmenée dans les débats.

**JEAN-LUC GERARD** : Nous clôturons cet atelier en vous remerciant tous pour votre engagement et vous encourageons à « consommer » (pas seulement des raisins secs) lentement en prenant votre temps et en pleine conscience de la crédibilité des informations matérielles ou idéelles que vous faites vôtre.

## Propositions pour le Grenelle de l'environnement

- L'ouverture des débats à la presse
- La poursuite du Grenelle après le 31 octobre et le développement de structures de participation
- La création d'une éducation des journalistes au développement durable
- Un quota de publication quant à un droit de réponse ou de proposition (déterminé par un médiateur externe) sur les articles et la publicité
- L'application de la norme ISAS 9001 BC aux médias d'information
- La création d'une agence scientifique indépendante d'expertise environnementale et de santé
- Un outil de gouvernance environnementale globale